

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Laporan keuangan merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban manajemen perusahaan mengenai aktivitas bisnisnya kepada publik yang dituangkan dalam informasi keuangan. Laporan keuangan terkandung berbagai macam informasi yang diperlukan oleh pengguna laporan keuangan sebagai dasar pertimbangan pengambilan keputusan ekonomi (investasi maupun pendanaan). Laporan laba rugi merupakan salah satu komponen dalam laporan keuangan yang menjadi perhatian utama investor dan selalu ditunggu-tunggu informasinya. Hal ini disebabkan karena laporan laba rugi menggambarkan keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya (Dewi & Yadnyana, 2019).

Laba menjadi informasi dasar bagi investor dan kreditur. Melalui laba, investor maupun kreditur dapat menilai kinerja manajemen, memprediksi risiko dalam berinvestasi dan mampu memprediksi laba yang akan diperoleh di masa mendatang (Ardianti, 2018). Informasi laba memegang peranan penting dalam mengukur perusahaan bersih atas kekayaan pemegang saham serta merupakan indikasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Laba perusahaan yang tinggi memberikan sinyal berupa *good news* kepada investor agar minat investor dalam berinvestasi semakin tinggi (Dewi & Yadnyana, 2019). Mengingat pentingnya informasi laba bagi para investor, manajer selaku pengelola perusahaan diharapkan mampu memberikan informasi

yang sesungguhnya dan tidak menyesatkan. Penelitian Sudarma & Ratnadi (2015) menyatakan bahwa laba akuntansi yang berkualitas adalah laba yang mempunyai sedikit atau tidak mengandung gangguan persepsi (*perceived noise*) didalamnya dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sebenarnya. Disimpulkan dari penelitian Sudarma & Ratnadi (2015) bahwa laba yang berkualitas adalah laba yang dapat menyebabkan bergeraknya reaksi pasar lebih tinggi dan mampu mempengaruhi respon investor dalam membuat keputusan.

Reaksi pasar tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan perusahaan. Kualitas laba tidak berhubungan dengan tinggi atau rendahnya laba yang dilaporkan perusahaan kepada publik. Laba dikatakan berkualitas adalah laba yang memiliki kandungan informasi, yaitu jika laba dapat mempengaruhi keputusan ekonomi yang dibuat para pengguna laporan keuangan (Tahir, 2016).

Salah satu alat ukur kualitas laba adalah *earning response coefficient* (ERC). *Earning response coefficient* menunjukkan reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan (Natalia & Ratnadi, 2017). Tabel 1.1 menyajikan data mengenai pergerakan saham perusahaan disekitar tanggal publikasi laporan keuangan.

**Tabel 1.1**  
**Pergerakan Harga Saham Perusahaan di Sekitar Tanggal Publikasi Laporan Keuangan**

Kode	Tanggal Publikasi	T-2	T-1	T0	T+1	T+2
AKRA	17 Maret 2020	1,805	1,680	1,700	1,595	1,700
ASII	27 Februari 2020	6,225	6,050	5,950	5,525	5,700
GGRM	23 Maret 2020	32,900	39,475	37,725	36,400	41,800
PTBA	03 Maret 2020	2,240	2,200	2,370	2,470	2,460
PTPP	20 Februari 2020	1,485	1,495	1,475	1,410	1,335

Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan pada pergerakan harga saham di sekitar *event window* pada setiap perusahaannya. Hal ini dikarenakan investor memiliki persepsi dan ekspektasi yang berbeda-beda dalam menanggapi informasi laba yang telah dilaporkan perusahaan. Secara teoritis, volume dan harga saham segera berubah setelah perusahaan mempublikasikan laporan keuangannya (Subagyo & Olivia, 2012). Jauh sebelum perusahaan menerbitkan laporan keuangan, pasar telah mempunyai ekspektasi mengenai berapa besar laba yang dihasilkan perusahaan. Jika pada saat laba aktual diumumkan dan terdapat selisih maka disebut sebagai *unexpected earning*. Scott (2009: 145) menyatakan apabila laba aktual lebih besar dari laba ekspektasi maka hal ini akan menjadi *good news* yang dapat menyebabkan investor memutuskan untuk membeli saham perusahaan. Sebaliknya jika laba aktual lebih kecil dari laba ekspektasi maka akan menjadi *bad news* dan dapat mengakibatkan investor segera *take action* menjual saham perusahaan.

Reaksi pasar pada Perdagangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) cukup fluktuatif pada pekan pertama Mei 2020 (27-30/04/2020). 25 saham dari 45 saham anggota Indeks LQ45 membukukan hasil positif selama periode tersebut. Hingga penutupan akhir pekan (01 Mei 2020), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) rata-rata naik 34,6 poin (0,76 persen) dari 4547,0 ke angka 4581,61 dibanding pekan sebelumnya. Nilai transaksi harian selama sepekan terakhir meningkat 6,53 persen menjadi Rp6,99 triliun. Meski begitu, rata-rata volume transaksi harian menurun dari 7,42 miliar unit saham, menjadi 6,61 miliar unit atau naik 10,85 persen. Investor asing mencatatkan nilai pembelian Rp10,94 triliun, menurun

14,53 persen dibanding periode sebelumnya. Nilai penjualannya juga mengalami penurunan 19,01 persen dari Rp15,47 triliun menjadi Rp12,53 triliun. Adapun nilai kapitalisasi bursa hingga Jumat (01/05/2020) meningkat sebesar 0,76 persen menjadi Rp5.297,60 triliun dari posisi Rp5.257,36 triliun pada penutupan pekan sebelumnya. Sementara itu, indeks saham LQ45 mampu mencatatkan peningkatan. Indeks berisi saham-saham berkapitalisasi pasar terbesar dan paling likuid itu naik 7,50 poin (1,1 persen) ke angka 676. Selama perdagangan sepekan lalu, 25 dari 45 saham indeks LQ45 kinerjanya positif, sedangkan 20 lainnya negatif. Peningkatan nilai harga saham pada 25 emiten berkinerja positif berkisar antara 1,25-810 poin. Saham Semen Indonesia (Persero) Tbk. memimpin kenaikan harga, mencapai 7,35 ribu poin. Sebaliknya, penurunan nilai harga saham pada 20 emiten berkinerja negatif rata-rata berkisar 0,25-937,5 poin (lokadata.id).

Penjabaran diatas membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kredibilitas informasi yang dipublikasikan, dimana informasi telah mampu menunjukkan *real condition* yang terjadi di perusahaan, maka akan mampu memperkuat respon pasar. Kekuatan reaksi tersebut tercermin dalam nilai *earning response coefficient* yang tinggi. Tingginya nilai *earning response coefficient* mencerminkan bahwa laba mampu menjadi informasi yang memiliki relevansi nilai sehingga membantu investor dalam membuat keputusan. Sebaliknya, respon pasar dan nilai *earning response coefficient* akan menjadi rendah apabila laporan keuangan dirasa kurang informatif dan masih diragukan kualitasnya (Dewi & Yadnyana, 2019).

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kualitas laba yang diukur menggunakan *Earning Response Coefficient* seperti yang telah diteliti oleh Dewi & Yadnyana (2019), Gurusinga & Pinem (2019), Febrilyanti & Istianingsih (2018), Homan (2018), Kim *et al.*, (2018), Alifiana & Praptiningsih (2017), Fauzan & Purwanto (2017), Tulhasanah & Nikmah (2017), Aryanti & Sisdyani (2016), Saputra & Mulyani (2016), Raza *et al.*, (2015), Delvira & Nelvirita (2013), Hasanzade *et al.*, (2013), Zakaria *et al.*, (2013), Paramita (2012), Moradi *et al.*, (2010) yaitu profitabilitas, *leverage*, persistensi laba, *intellectual capital*, *good corporate governance*, *corporate social responsibility disclosure*, peluang pertumbuhan, ukuran perusahaan, *timeliness*, risiko sistematis, *audit quality* dan *voluntary disclosure*.

Penggunaan teori *stakeholder* dianggap tepat untuk merepresentasikan hubungan *Intellectual Capital* dengan *Earning Response Coefficient*. Konsensus yang berkembang dalam konteks teori *stakeholder* adalah bahwa laba akuntansi hanyalah merupakan ukuran *return* bagi pemegang saham (*shareholder*), sementara *value added* adalah ukuran lebih akurat yang diciptakan oleh *stakeholder* dan kemudian diatribusikan kepada *stakeholder* yang sama (Meek & Gray, 1988). *Value added* yang dianggap memiliki akurasi lebih tinggi dihubungkan dengan *return* yang dianggap sebagai ukuran *shareholder* (Ulum, 2017: 41), sehingga dengan demikian keduanya (*value added* dan *return*) dapat menjelaskan kekuatan teori *stakeholder* dalam kaitannya dengan *earning response coefficient*.

*Intellectual capital* merupakan *intangible asset* yang memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan dan dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan keuntungan perusahaan (Andriani & Herlina, 2015). Persaingan yang ketat di zaman globalisasi ini memaksa para pengusaha untuk mengubah strategi bisnis mereka. Perusahaan harus bisa dengan cepat mengubah strateginya dari bisnis awal yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menuju bisnis yang didasarkan pada pengetahuan (*knowledge-based business*) agar perusahaan terus bertahan. Penerapan bisnis yang didasarkan pada pengetahuan (*knowledge-based business*) bertujuan menciptakan keunggulan kompetitif dalam meningkatkan nilai tambah (*value added*) pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan (Isvara *et al.*, 2017). Investor akan menempatkan nilai yang lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki *intellectual capital* lebih besar. Semakin besar *intellectual capital*, semakin tinggi harga saham perusahaan, dan ini akan dituntut oleh investor sehingga harga saham cenderung naik. Keberadaan “*Indonesian Most Admired Knowledge Enterprise (MAKE) Study*” yang merupakan Lembaga bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk mengukur seberapa sukses strategi pengetahuan mereka bila dibandingkan dengan pesaing atau perusahaan berbasis pengetahuan terkemuka dunia dan mendorong pemimpin dalam menciptakan *intellectual capital* dan kekayaan melalui transformasi pengetahuan individu/perusahaan menjadi produk/layanan/solusi kelas dunia (dunamis.co.id).

*Signalling-Theory* menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan informasi yang dimiliki kepada publik guna meminimalisir

asimetri informasi. Informasi laba merupakan sinyal positif berupa *good news* dimana perusahaan selalu ingin melaporkan informasi tersebut kepada publik dengan harapan pasar akan segera bereaksi sesaat setelah pengumuman laba disampaikan. Laba yang dihasilkan perusahaan akan mempengaruhi respon pasar dan pergerakan saham (Dewi & Yadnyana, 2019).

Struktur permodalan perusahaan juga berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Struktur modal dalam penelitian ini diproksikan dengan *leverage*. *Leverage* menunjukkan seberapa besar perusahaan bergantung pada pendanaan yang berasal dari utang untuk membiayai kegiatan operasi bisnisnya. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan akan menimbulkan rendahnya respon pasar dan dapat berdampak negatif pada nilai *earning response coefficient*. Hal ini dikarenakan jika perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi melaporkan adanya laba, maka perusahaan akan lebih mendahulukan pembayaran utang kepada kreditur daripada pembagian dividen kepada investor sehingga respon investor akan menjadi negatif.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba serta tingkat profitabilitas menjadi basis yang penting bagi perusahaan maupun investor. Ketika perusahaan mengumumkan adanya laba maka investor cenderung merespon informasi tersebut dengan cepat karena laba dianggap menguntungkan dalam pembagian deviden. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki perusahaan berarti semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa laporan keuangannya mengandung berita baik sebagai suatu

hasil dari adanya kinerja perusahaan yang baik. Laba perusahaan dikatakan berkualitas hanya jika keuntungan perusahaan meningkat (Hasanzade *et al.*, 2015). Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan akan melaporkan seluruh informasi yang dimiliki sebagai sinyal perusahaan kepada publik dan untuk meminimalisir adanya asimetri informasi. Sinyal positif berupa laba merupakan *good news* yang selalu diharapkan investor dari perusahaan tempat mereka berinvestasi.

Perusahaan sebagai salah satu bagian dari masyarakat dan lingkungan harus menyadari bahwa keberhasilan dunia usaha bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal tetapi juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan sekitar. Keberhasilan dunia usaha pada umumnya ditentukan oleh seberapa banyak kontribusi perusahaan untuk kesejahteraan masyarakat sehingga menciptakan hubungan timbal balik yang positif antara masyarakat dan perusahaan (Suwandari & Sadikin, 2016). Salah satu contoh kegiatan yang merupakan ungkapan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat adalah melakukan program *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* dapat membantu perusahaan menghadapi masalah yang bisa datang dari dalam maupun luar perusahaan. Masalah internal perusahaan mengenai kesehatan dan keselamatan karyawan dan masalah eksternal mengenai masyarakat umum serta penanganan lingkungan sekitar. Kedua masalah tersebut berdampak bagi pihak lain.

Pemerintah mengeluarkan aturan bahwa setiap perusahaan wajib untuk melaksanakan *corporate social responsibility* yang tertulis pada Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pasal 2 tentang Tanggung Jawab Sosial dan



Lingkungan Perseroan Terbatas yang berisi : (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan SDA berdasarkan UU, (2) Kewajiban sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun luar lingkungan perseroan. Isi dari Peraturan Pemerintah No.47 tahun 2012 pasal 2 diharapkan dapat menimbulkan kesadaran bagi perusahaan dalam merawat lingkungan dan mengurangi masalah yang terjadi jika perusahaan mengabaikan *corporate social responsibility* yang berdampak pada lingkungan eksternal.

Kim *et al.*, (2012) menyatakan bahwa kemungkinan terjadinya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi disekitarnya. Berdasarkan perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan pula perlu mengungkapkan *corporate social responsibility* untuk membentuk image bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian tentang lingkungan sosial. Image ini membawa pengaruh yang positif pada investor dan *stakeholder* lain.

Penelitian tentang *earning response coefficient* telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Dewi & Yadnyana (2019) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap *earning response coefficient* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Berdasarkan

hasil penelitian ini ditemukan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh signifikan negatif pada *earning response coefficient*. Gurusinga & Pinem (2019) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel persistensi laba dan *leverage* terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persistensi laba dan *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient*. Homan (2018) melakukan penelitian yang bertujuan untuk untuk mendapatkan gambaran tentang *corporate social responsibility disclosure* (CSRD) dan *earning response coefficient* (ERC) serta untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility disclosure* (CSRD) terhadap *earning response coefficient* (ERC) di perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2016. Hasil penelitian menunjukkan *corporate social responsibility disclosure* (CSRD) memiliki efek negatif dan signifikan terhadap *earning response coefficient* (ERC).

Tulhasanah & Nikmah (2017) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility disclosure* (CSRD) di laporan tahunan perusahaan terhadap rasio profitabilitas dan *earning response coefficient*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSRD berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dan ROE. Selain itu, CSRD tidak mempengaruhi NPM dan ERC. Aryanti & Sisdyani (2016) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient* dengan menambahkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *earnings response coefficient*, namun

pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient*. Saputra & Mulyani (2016) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap *earning respons coefficient* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *earning respons coefficient* (ERC).

Hasanzade, Darabi, & Mahfoozi (2013) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *earning response coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas laba, peluang pertumbuhan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *earning response coefficient* dan memiliki pengaruh negatif dan signifikan dengan risiko sistematis dan tidak berpengaruh dengan *leverage* keuangan. Moradi, Salehi, & Erfanian (2010) melakukan penelitian yang bertujuan untuk memberikan bukti lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *earning response coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *earning response coefficient* untuk kelompok perusahaan dengan *leverage* rendah lebih besar daripada kelompok dengan *leverage* tinggi, dengan perbedaan dalam cara antara kelompok signifikan secara statistik.

Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Kim, Seol, & Kang (2018) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC) dalam negara *code-law* dan tahap awal praktik CSR untuk mengisi

kesenjangan penelitian dalam literatur tentang hubungan CSR terhadap ERC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh secara negatif dengan ERC, yang menunjukkan bahwa kemampuan pendapatan untuk menangkap implikasi CSR lebih rendah dalam keadaan hukum-undang-undang dan tahap awal pengembangan CSR. Kedua, sensitivitas politik (efek kelompok bisnis) secara positif (negatif) terkait dengan hubungan CSR-ERC, yang berarti bahwa keprihatinan CSR yang terlihat secara politis memperkuat hubungan CSR-ERC, dan dimasukkannya perusahaan dalam kelompok bisnis melemahkan CSR terhadap ERC. Febrilyantri & Istianingsih (2018) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* dan *good corporate governance* terhadap *earnings response coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan *good corporate governance* tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

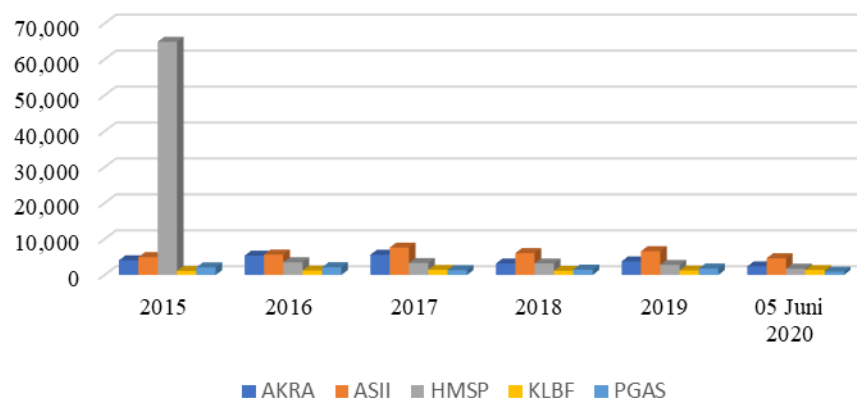
Alifiana & Praptiningsih (2017) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji variabel *leverage*, peluang pertumbuhan dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi *earning response coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, peluang pertumbuhan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Fauzan & Purwanto (2017) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR, *timeliness*, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan risiko sistematis terhadap *earning response coefficient*. Hasil empiris dari penelitian ini menunjukkan bahwa *timeliness*, profitabilitas dan risiko sistematis tidak memiliki pengaruh secara statistik terhadap *earning response coefficient* sedangkan pengungkapan CSR dan

pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Delvira & Nelvirita (2013) melakukan penelitian yang bertujuan untuk untuk menyelidiki pengaruh risiko sistematis, *leverage* dan persistensi laba terhadap *earning response coefficient* (ERC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko sistematis memengaruhi *earning response coefficient* (ERC) secara negatif, *leverage* tidak mempengaruhi *earning response coefficient* (ERC), dan persistensi laba secara positif memengaruhi *earning response coefficient* (ERC). Paramita (2012) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *leverage*, *firm size* dan *voluntary disclosure* terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Hasil empiris dari penelitian ini *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC). *Voluntary disclosure* terhadap *earning response coefficient* (ERC) memiliki hasil positif yang signifikan. Hasil penelitian ini juga membuktikan tidak ada pengaruh dari *size* terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Subyek penelitian ini adalah Perusahaan dengan Indeks LQ45 yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Indeks LQ45 adalah Indeks yang mengukur performa harga dari 45 saham-saham yang memiliki likuiditas tinggi dan kapitalisasi pasar besar serta didukung oleh fundamental perusahaan yang baik.

**Grafik 1.1**  
**Pegerakan Harga Saham LQ45 yang Menyentuh Titik**  
**Terendah sejak 2015**



Sumber: data diolah, 2020

Dikutip dari market.bisnis.com IHSG mengalami penurunan yang turut menyeret sejumlah anggota Indeks LQ45 ke level terendah sejak 2015, anggota Indeks LQ45 yang telah menyentuh level terendah sejak 2015 yakni PT HM Sampoerna Tbk. (HMSP), PT Kalbe Farma Tbk. (KLBF), PT Perusahaan Gas Negara Tbk. (PGAS), PT Astra International Tbk. (ASII), dan PT AKR Corporindo Tbk. (AKRA). Data Bloomberg menunjukkan indeks harga saham gabungan (IHSG) turun 3,73 persen atau 192,3 poin menjadi 4.961,8 pada, Kamis (12/3/2020), pukul 9:28 WIB.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti menggunakan tahun penelitian menggunakan periode 5 tahun 2015-2019. Disamping itu pada periode 2015-2019 merupakan periode dengan data keuangan terbaru, yang mencerminkan kondisi terkini dari subyek penelitian.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka penelitian ini diberi judul  
**“Pengaruh *Intellectual Capital*, *Leverage* dan *Profitability* terhadap *Earning***

***Response Coefficient* dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai *Moderating Variable* Pada Perusahaan Indeks LQ-45 Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019”.**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019?
2. Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019?
3. Apakah *profitability* berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* pada pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019?
4. Apakah *corporate social responsibility disclosure* mampu memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap *earnings response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019?
5. Apakah *corporate social responsibility disclosure* mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap *earnings response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019?

6. Apakah *corporate social responsibility disclosure* mampu memoderasi pengaruh *profitability* terhadap *earnings response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
3. Untuk menganalisis pengaruh *profitability* terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
4. Untuk mengetahui *corporate social responsibility disclosure* mampu memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
5. Untuk mengetahui *corporate social responsibility disclosure* mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.



6. Untuk mengetahui *corporate social responsibility disclosure* mampu memoderasi pengaruh *profitability* terhadap *earning response coefficient* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.

#### 1.4. **Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi Peneliti, memberikan tambahan wawasan kepada peneliti mengenai *intellectual capital*, *leverage* dan *profitability* dengan pengaruhnya terhadap *earning response coefficient* dan *corporate social responsibility disclosure* sebagai *moderating variable* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
2. Bagi Perusahaan LQ45, dapat memberikan kontribusi dalam menjelaskan mengenai pengaruh *Intellectual Capital*, *Leverage* dan *Profitability* terhadap *Earning Response Coefficient* dengan *Environmental Disclosure* sebagai *Moderating Variable* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
3. Bagi Akademik, dapat menjadi literature mahasiswa/i yang akan menyusun proposal skripsi dengan penelitian mengenai “Pengaruh *Intellectual Capital*, *Leverage* dan *Profitability* terhadap *Earning Response Coefficient* dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai *Moderating Variable* pada Perusahaan Indeks LQ-45 terdaftar di BEI tahun 2015-2019.

### **1.5. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam menyusun penelitian ini penulis akan membagi dalam beberapa tahap bab secara runtut. Dimana masing-masing bab secara sistematis adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan latar belakang penelitian yang dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian. Pada bagian landasan teori terdapat *grand theory* dan hubungan antar variabel. Pada bagian hipotesis penelitian berisikan prediksi tentang fenomena yang diteliti.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat metode penelitian yang berisikan diantaranya rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

#### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran subyek yang diteliti, analisis statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian baik eksogen

maupun endogen dan *moderating*, pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil pengujian.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini diuraikan mengenai kesimpulan yang terdiri dari jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis berdasarkan data yang telah dianalisis, keterbatasan-keterbatasan selama penelitian ini, serta saran yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

